

# Economia, mercat i nació

**T**im Robbins es tanca a l'oficina de la direcció, agafa el disc de *Les noces de Fígaro*, de Mozart, posa el duo *sull'aria* i connecta els altaveus de la presó. Els reclusos l'escolten embadalits. En tornar del càstig, Tim Robbins explica a Morgan Freeman i als altres condemnats: "Hi ha coses que no ens poden prendre... les conservem al cap i al cor". *The shawshank redemption* (*Cadena perpètua*) és del 1994 i va rebre set nominacions als Oscars, però també era l'any de *Forrest Gump* i de *Pulp fiction*.

La música, la llengua, la poesia, la llibertat, la identitat, la consciència, no ens les poden prendre. No pas amb la facilitat ni de la mateixa manera que les possessions més externes i materials, les que no podem conservar al cor i al cap. La nostra vida –individual i comunitària– deixa rastres que s'acumulen en objectes, llocs i moments tangibles, però també en la nostra memòria i la dels altres. Per això les polítiques públiques no es poden limitar als aspectes més materials de la vida social.

Després del 1714 i l'ocupació borbònica, una colla de carreters, traginers, ramblers i mullaires, anant amunt i avall pel territori carregats de mercaderies, van teixir un veritable mercat nacional català. Però aquell mateix impuls els va dur immediatament més lluny i també van contribuir decisivament a la conformació d'un incipient mercat espanyol. ¿Fins a quin punt la possibilitat d'expandir el mercat els deuria fer canviar tot allò que guardaven al cap i al cor? ¿Quina va ser llavors i quina ha estat després la relació establerta entre l'economia i el mercat, d'una banda, i, de l'altra, l'univers íntim on s'acumulen els afectes i els sentiments, la part menys instrumental i més substancial de la cultura i la identitat de cadascú?

L'economia i els mercats, els factors del benestar material, són necessàriament aspectes principals de l'acció política. Per descomptat que ho són des d'una perspectiva de construcció nacional. Però la continuïtat o no de la nació no la determinen pas, sobretot, les continuïtats en matèria econòmica o l'agregació o disgregació dels mercats. La determina, preferentment, allò que el franquisme no ens va poder prendre malgrat la proscripció i l'etnocidi.

No ens ho va poder prendre però ho va intentar i va aconseguir nivells elevats d'atemoriment, d'afebliment i de desmemòria. Va desarticular institucions i empreses i va obtenir prou col·laboracions en la substitució de l'oferta cultural i



JOAN M. TRESSERRAS

COMUNICÒLEG, UAB

Va ser l'esforç polític institucional i la decisió de comptar amb nous mitjans públics de comunicació el que ha permès anar refent i compartint amb nous catalans i catalanes la vella memòria de la nació.

No podem renunciar, ara, a la intervenció pública que garanteixi un sistema informatiu propi, de qualitat, plural, d'accés universal, i unes bones condicions de reproducció ampliada de la pròpia cultura en tota la seva diversitat. Perquè pugui ser més amplament compartida i no ens la puguin prendre mai. Ramon Zallo en el seu darrer llibre (*Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*) recorda que "cap país no pot renunciar a disposar d'un poder públic que orienti el seu desenvolupament cultural". Plantejar en aquest àmbit una reducció dels recursos i traslladar el protagonisme al sector privat suposa una renúncia inacceptable. És deixar el cap

i el cor a la lògica del mercat. L'amo del sector públic és la gent, és la societat. L'amo de les empreses privades és el darrer que les ha comprat o que n'ha obtingut la majoria. Fins i tot aquella empresa privada que, amb contrapartides o sense, pugui assumir, avui, completament o parcialment, un programa de compromís nacional pot ser adquirida demà per algú o per capital anònim no sotmès a cap altre precepte que el compte de resultats.

En l'ecosistema de comunicació i cultura s'hi realitza la construcció i la reproducció de la identitat i la comunitat. Quan es tracta de sistemes o espais molt grans, expandits sota la cobertura de grans estats, la simple dinàmica del mercat tendeix a enfortir-los i engrandir-los. Però quan es tracta de societats i cultures d'abast més limitat, amb estat o sense, d'implantació estrictament nacional, deixar-les només en mans del mercat equival a facilitar-ne la dissolució en el marc de la uniformització global. En aquest segon cas, que és el català, seguir el simple receptari dels grans estats europeus (desregulació, liberalització) i imitar les seves polítiques significa re-

nunciar a l'homologació cultural i a la construcció nacional.

L'esforç públic català en aquest macrosector ha estat insuficient en el passat i és en camí de ser-ho encara més en el futur immediat. No atorgar-li un valor estratègic és un greu error. En l'economia ens esforcem per competir, perquè ser competitius ens és indispensable. En la cultura i la comunicació ens podem permetre el luxe d'esforçar-nos per compartir. Compartir entre nosaltres i amb tots els altres allò que, com el personatge de Tim Robbins, no ens hem deixat prendre del cap i del cor.



ARIANNE FABER

simbòlica. Emmudits els precedents, els mitjans de comunicació de la dictadura van servir per promoure una llengua diferent, una nova música, una altra memòria, una alienada consciència. Els estralls van ser tan profunds, malgrat les formes populars de resistència, que la represa va ser molt difícil. Tret d'excepcions, amb les empreses no s'hi va poder comptar gaire.

**Per a cultures d'abast limitat com la catalana, liberalitzar la comunicació i la cultura vol dir entregar el cap i el cor –allò que no ens hem deixat prendre– al mercat**